

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **4.1 Simpulan**

Berikut ini simpulan dari deskripsi hasil Praktik Kerja Lapangan ( PKL ) di PT. PP Properti Grand Dharmahusada Lagoon Surabaya :

1. PT. PP Properti Grand Dharmahusada Lagoon Surabaya adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang properti yaitu pembangunan dan penjualan unit apartemen.
2. PT. PP Properti Grand Dharmahusada Lagoon Surabaya telah menerapkan bauran promosi berupa:
  - a. Iklan seperti *billboard*, media cetak, *video tron*, dan *t-banner*.
  - b. Hubungan Masyarakat dan Publisitas seperti *event*, *website*, *social media*, brosur, *sms blast*, dan *youtube*.
  - c. Penjualan Personal seperti *canvassing* dan aktivitas *selling* di *event*.
  - d. Promosi Penjualan seperti *gimmick*, *discount*, BGB, *cashback*, dan *promo cicilan*.
  - e. Pemasaran Langsung dan Interaktif seperti telepon dan *email*.
3. Penerapan bauran promosi oleh PT. PP Properti Grand Dharmahusada Lagoon Surabaya yang cukup efektif dan dominan mendapatkan *closing* unit :
  - a. *Billboard* dan *T-banner*
  - b. *Open House*
  - c. *SMS Blast*
  - d. *Gimmick*
  - e. *Promo cicilan*
  - f. *Cashback*

## 4.2 Saran

Adapun saran yang diberikan penulis dapat bermanfaat bagi PT. PP Properti Grand Dharmahusada Lagoon Surabaya selaku subyek Praktik Kerja Lapangan ( PKL ) :

1. PT. PP Properti Grand Dharmahusada Lagoon harus lebih mendisiplinkan para sales marketing nya dari segi penampilan pada saat acara pameran.
2. PT. PP Properti Grand Dharmahusada Lagoon perlu mencari ide-ide promosi properti lainnya supaya penjualan unit semakin meningkat.
3. Kejelasan bentuk unit saat memasarkan produk properti, hendaknya perusahaan membuat gambaran virtual dari unit dengan sangat jelas dan lengkap seperti Artist Impression yang bagus atau maket yang sempurna. Bila perlu perusahaan dapat membuat Unit contoh atau Show Unit, agar konsumen akan merasa telah melihat project yang sesungguhnya dan menarik minatnya untuk ingin memiliki.
4. Promosi di Media Online dan Offline. Berbagai media biasanya digunakan dalam pemasaran apartemen. Seperti iklan televisi, koran, radio dan sebagainya. Media outdoor juga kerap dipakai. Seperti balon besar, baliho, spanduk dan sebagainya. Pastikan desain yang menarik dan jelas dibaca. Sehingga dari kejauhan bisa dibaca dengan mudah. Jangan lupa juga memasang iklan di media online. Seperti contohnya, media sosial yang saat ini masih banyak digunakan masyarakat yaitu facebook, twitter, instagram, dan path. PT. PP Properti Grand Dharmahusada Lagoon perlu mengintensifkan promosi pada media sosial
5. Membangun website profesional. Internet menjadi cara cepat dalam mencari informasi. Termasuk dalam mencari informasi pemasaran apartemen. Jadi perusahaan perlu membangun website profesional. Guna

menunjang keberhasilan dalam mendapatkan konsumen. Jangan lupa untuk merancang tampilan yang menarik. Strategi ini merupakan cara terlengkap dan mudah. Berikan segala informasi menarik secara detail. Penjelasan lokasi dan fasilitas apartemen wajib dicantumkan. Berikan peta yang jelas, supaya mempermudah mencapainya. Gambarkan juga fasilitas yang terdapat di sekitarnya. Seperti pusat belanja, rekreasi, sekolah dan lainnya. Bila Anda memberikan fasilitas diskon bisa ditampilkan. Perlu diingat semua halaman web dikaitkan dengan formulir aplikasi. Guna menggiring orang melakukan transaksi. Hal ini sangat penting, jangan sampai terlewatkan. Harus diterapkan juga pada iklan media online. Dalam iklan harus dikaitkan dengan formulir aplikasi.